招强引大 自我成长

——我市农村电商发展走笔

本报记者 许伟涛 实习生 安家乐

孟州市南庄镇桑坡村被认证为河南省首个“淘宝村”；博爱县被授予第一批国家级电子商务进农村示范县称号；焦作怀庆府电子商务有限公司被省商务厅认定为第一批河南省电子商务示范龙头企业……

截至目前，我市依托“四大怀药”及地方丰富的农副产品，注册在阿里系活跃的农产品网店达300家，而在焦作被认定为河南省电子商务企业的36家中，近半涉农。

据统计，2014年，全市网络零售额约为41.1亿元，占到当年社消总额（555.2亿）的7.4%，高于全省1.1个百分点；电子商务交易额约为400亿元，占全省的7.1%。

其实，即使站在全国层面来看，地处内陆的焦作近两年电子商务领域可谓发展迅速。根据近期腾讯发布的互联网+指数，焦作市得分4.44分，排在第98位（全国351家城市）。

在这些数据的背后，究竟存在着怎样的发展逻辑？记者在采访中发现，全市上下已形成一种共识：发展“互联网+三农”不是一个靠刺激内需的短期思维，而是内生驱动的经济新模式，是在新一轮技术革命背景下，解决三农问题的新模式。

那么，当一直被传统形象所笼罩的农业、农村、农民与当今最时尚的“互联网+”携手，究竟会发生什么？

“互联网+的本质，是传统产业经过互联网改造后的在线化、数据化。”阿里巴巴研究院的农村电商高级专家张瑞东说，以河南省首个“淘宝村”——桑坡村为例，要想认证为“淘宝村”需要满足三个条件：一是，经营场所在农村；二是，该村电商的年销售额要在1000万元以上；第三，该村注册的网店数量要在50家以上，或注册的网店数量达到当地家庭户数的10%以上。

据阿里巴巴网络销售平台的大数据显示，桑坡村目前注册淘宝网店170多家，电商年度销售额1000多万元。4月21日，孟州市与阿里巴巴合作的农村淘宝项目正式签约，成为阿里巴巴农村淘宝项目在河南的第一个试点县市。

从实践看，“互联网+三农”的重要表现形式是农村电商。一方面，焦作外引内接，借势腾飞，通过引进阿里巴巴、腾讯、苏宁易购、北京一亩田、中青网等知名电商农村版块业务，迅速扩展农村电商应用。

3月26日，北京一亩田焦作区域中心公司焦作一人一亩田网络科技有限公司注册成立，目前已开通博爱县、沁阳市一亩田产业带及温县、孟州市、武陟县、修武县服务中心，日均网络成交水果、蔬菜、山药、玉米等各类农产品500余万元。

另一方面，焦作挖掘开发特色农产品资源，促进农民增收，带动农村经济发展。“提起河南焦作，广为人知的是云台山水，是太极拳故里，其实焦作除了‘名山名拳（云台山、太极拳）’,还应该有一张名片，那就是四大怀药。”焦作怀庆府电子商务有限公司执行董事马卫东说，焦作的怀药种植已有3000多年历史。焦作所产山药、牛膝、地黄、菊花四种药材被称作“怀货”或“四大怀药”。到了明朝末年，怀庆府的怀药生产、销售已形成规模，府属八县的药商纷至府城（今沁阳）开设药材行栈。到了清朝中期，城中药材行栈已发展到100多家，一年两次的药材大会吸引了四海客商前来交易，大量怀药以漕运的方式通过焦作境内的大沙河顺卫河直下天津港，仅经营“四大怀药”的大商号“协盛全”就占用了一条“全记巷”。怀庆药材大会系当时国内五大药材大会（武汉、安国、樟树、禹州、怀庆）之一，怀药声誉与日俱增。

2008年，“四大怀药”种植与炮制工艺被列为第二批国家级非物质文化遗产名录。目前，焦作“四大怀药”种植面积22.4万亩。全市有一定规模的怀药加工企业100多家，怀药产品有280多种，中药制药及饮片生产企业有5家。“四大怀药”营销网络不断发展，国内20多个省市建立怀药专卖店、加盟店600多家。

当然，在我市农村电商实现自我成长的过程中，仍存在一些瓶颈亟待突破。比如，农村和农业企业缺乏电商专业人才，电商可持续性不强，特别是缺乏领军型人才、高端管理人才、应用人才、技术人才和综合性人才，电子商务人才“难引难留”；适合网络销售的农产品深加工成品缺乏，品种较少，附加值低，影响农产品电子商务的发展空间；缺乏一体化的购销集散基地和溯源体系建设，多数农产品电商仅仅是以定向采购方式与种植大户、合作社合作，标准不一，更谈不上战略协同的供求合作关系，造成采购成本和价格风险增大，制约品牌化和溯源体系的建设。

“我们流转轮换了1000多亩有机土地，成为焦作唯一一家通过有机转换产品认证的企业，并成为中国国际商会有机产业发展委员会会员。”马卫东说，农产品将来是电商圈一个必争的市场，怀庆府公司志在打造一个平台，实现从接收确定订单、配货，到通知物流合作单位发货、追踪货物行程，再到产品送达客户手中的全程可追溯。

如今，怀庆府公司以合作社基地为依托，与焦作市100余家优秀农民合作社举行了合作共赢的合作签约仪式，进行示范和引导性种植，并向周边合作社和农户进行电子商务知识的普及推广。

不仅如此，怀庆府公司还与焦作怀庆府电子商务基地的结合，在二期招商中重点定位为跨境电商贸易，“让怀药走向世界，让世界认识怀药”。

我们相信，随着我市进一步通过招强引大、培育本土电商及加快传统企业电子商务的应用普及，一定能够迎来农村电商的腾飞，为全市经济转型提供更大的腾挪时空。

●本期关注

业界动态

焦作怀庆府电子商务示范基地二期开门招商

本报讯（记者**许伟涛** 见习记者**翟倩倩**）日前，焦作怀庆府电子商务示范基地二期正式开门招商。据悉，此次招商范围确定为电子商务跨境贸易类。

“基地内将设置跨境贸易办公区和跨境商品展示区，实现焦作跨境电商的产业聚集。”该电商基地总经理张鹏说，今年6月10日，国务院常务会议专门针对跨境电商健康快速发展提出了四大举措，提出用“互联网+外贸”实现优进优出、扩大消费、推动开放型经济发展转型升级、打造新的经济增长点。

其实，早在今年5月份，省商务厅就决定选择10个特色产业和10家骨干企业，培育、扶持优势行业、重点产业和名优特产品扩大跨境电子商务的应用，支持电子商务拓展国际市场。

据市商务局电商办相关负责人解读，凡我市涉及电子信息、生物制药、新能源汽车、“互联网+”、高端装备制造、新能源、新材料、节能环保、现代服务业等新兴产业及传统优势产业中的骨干企业均可申报。

与此同时，市城乡一体化示范区也依托实施“互联网+”行动计划，运作投资2亿元的韩国跨境电商项目。“我们争取用一年的时间，搭建网络平台和线下体验平台，把这里打造成韩国商品在中原的集散地。”该项目负责人说，项目将依托郑州航空港便利快捷的优势，进行韩国化妆品、母婴用品、家居用品以及小家电等4大类别5万余种商品的跨境电商交易。目前，已经有6家韩国电商企业在这里完成注册。

我市又有三家企业获“省电商”认定

本报讯（记者**李秋**）记者昨日从市商务局电商办了解到，河南伊赛牛肉股份有限公司、焦作新区投资集团有限公司和河南德众物流配送有限公司经过省商务厅认定，获得“河南省电子商务企业”证书和专属备案编号，拿到了电商行业“身份证”。

为规范网上交易秩序，做好电子商务统计、信用监测等工作，自2014年起，省商务厅开展河南省电子商务企业认定工作。截至今年7目前，我市共有36家企业通过省商务厅认定。

据了解，我市商务部门将对获得认定备案的企业发布政策信息、行业动态，实行分类指导、跟踪服务，择优予以重点培育和政策扶持。符合条件的企业应抓时间申请认定。

孟州市组团参加第二届中国县域电子商务峰会

本报讯（通讯员**贾黎明**）7月8日至9日，第二届中国县域电子商务峰会在浙江桐庐举行。孟州市委副书记、市长李英杰带领该市相关部门负责人20余人，与来自全国各地的“电商百佳县”代表、电商企业代表、专家、学者一起到会参加“小县域，大生态”主论坛。

中国县域电子商务大会于2014年由阿里巴巴集团发起创立，是全国首次以县级行政区划单位为对象举办的电子商务主题大会，旨在促进全国县域电子商务发展。

此次峰会上，阿里巴巴集团首席执行官张勇作了“小县域，大生态”主题演讲，阿里巴巴集团副总裁、阿里研究院院长高红冰参加了主题对话。

今年年初以来，孟州市以打造“智慧孟州”为契机，积极探索以“互联网+”推进城乡一体化建设，全力推进跨境电商、工业电商、农村电商，县域及农村电商迅猛发展。目前，该市已与阿里集团、V血拼网、网来云商等知名电商公司建立了深度合作关系。

此次峰会让参会的孟州市各部门负责人受益良多。他们纷纷表示，将以此次活动为新起点，持续发力，主动创新，在推进跨境电商、工业电商、农村电商工作上取得新突破，为实现经济转型升级和打造“智慧孟州”贡献更多力量。

6月29日，孟州市邀请一辉商学院明星讲师李阳，担任该市电商大讲堂第二期精英班的讲师。

李阳以《县域电子商务政府运营方案》为题，从电子商务的发展速度和对社会经济的影响力、什么是农村电子商务、全国农村电商三大主流模式、怎样更好的发展农村电子商务等方面，为该市电商领导小组成员单位、各乡镇街道、重点企业及电商企业负责人等作了一堂精彩的报告，并就与会企业提出的具体问题进行了详细讲解。

李阳是淘宝大学企业导师、一辉商学院明星讲师、快抢电商人才网创始人、义乌电子商务促进会常务理事、飘娜电商产业园总负责人，其擅长领域有精通数据分析、有基于数据化运营中的产品开发管理、产品追单管理、店铺商品布局管理、顾客管理、库存管理。

图为李阳在电商大讲堂上讲课。

牛联平 张爱芳 摄

新业态微论

『互联网+老字号』带来新机遇

□李 秋

老字号，是一个国家经过长期的历史积淀而形成的，拥有世代相承的独特工艺、社会广泛认同和良好商业信誉的企业，极富民族个性和文化内涵。然而，在市场经济的大潮中，尤其是互联网经济迅速发展的时代，老字号处于什么样的位置？该如何发展？笔者认为，老字号应适应新的经济形势，搭上“互联网+”的快车，迎接新一轮发展浪潮。

从目前情况看，市百货大楼有限责任公司是我市唯一一家“中华老字号”企业，“河南老字号”在我市共有4家，分别是沁阳市董国庆驴肉馆、河南省老师傅食品有限公司（闹汤驴肉）、河南省武陟武怀食品有限公司（油茶）和市金谷轩绞胎瓷艺术有限公司。此外，河南菡香生态农业专业合作社、怀山堂生物科技股份有限公司、河南保和堂药业有限公司正在评审认定中。其中，河南省老师傅食品有限公司、河南省武陟武怀食品有限公司、市金谷轩绞胎瓷艺术有限公司等老字号企业纷纷采取自建网店、网店授权、加入网购平台等方式，投身电子商务的大潮中。

笔者认为，电子商务具有优势三大优势，一是扁平效应，可以全球化地整合资源；二是长尾效应，可以最大化的捕捉顾客；三是便捷效应，依托在线支付、物流配送等，大大提高了交易的效率和便捷性。对于我市的老字号及传统企业来说，只要顺应时代趋势，把握发展机遇，这些优势都可以为我所用的。同时，传统企业所具有的体验魅力、文化张力、品牌感召力等，却是纯电商企业所无法比拟的。另外，电子商务的风险是诚信，消费者担忧假冒伪劣产品。老字号的优势正是诚信，有百年老店的品牌与声誉担保，老字号发展电商具有先天优势。

因此，O2O（线上到线下或线下到线上）将成为今后电子商务发展的基本趋势。不只是服务要线下，产品也要线下建立体验，这是消费需求引导的结果。目前，世界排名前十的电商，除了一家纯电商企业外，其余都是来自传统企业。传统企业转型的成功案例，可以为我市老字号企业涉足电子商务提供丰富的借鉴经验。

现成的产品结构、完备的生产体系、良好的知名度等均为老字号转型电商奠定了良好的基础。老字号企业既要大胆“触网”、顺应趋势，也要小心求证、符合规律,要研究自身特点、网上需求、涉网路径、线下组合、技术准备等重大战略和战术问题，以实现O2O的成功转型。

如今,人类社会已经进入了“全民触网”时代。未来很长一段时间内,“互联网+”都将是经济发展的“风口”。“互联网+老字号”,对传统产业的改造必将提速,带来的肯定是令人无限憧憬、浮想联翩的美丽故事。

来吧，以更加开放的胸怀拥抱“互联网+”，让老字号的“金字牌匾”越擦越亮、永放异彩……

创业故事

焦作“名微”美悠悠

本报记者 李 秋
实习生 蒋瑛豪

在焦作微商界有着这样一种说法，微信好友满800人就可称得上是焦作“名微”。“那我现在已经有1081个好友了，是不是也算焦作‘名微’了。”昨日,记者见到了在微信朋友圈中小有名气的微商——悠悠。

学艺术出身的悠悠是一名“90后”美女，从小就特别爱美，在朋友圈中因人品好、脾气好、眼光好受到大家的喜爱，所以认识她的人都亲切地叫她美悠悠。

与“微商”结缘是一个很偶然的机会。美悠悠说，2014年6月，她去看望在广州工作的男朋友时发现，广州白云皮具城里卖的皮包和鞋子十分新潮，品种多，质量也特别好，一下子买了好几个。然后，她将自己背着包包逛街游玩的照片发到朋友圈时，很多人询问，托她代买同款皮包。于是，一个、两个、三个、五个……她一次给家人和朋友用快递寄回去了十几个皮包。

有了这次成功的代买经验，再加上经常需要来往广州、焦作两地，美悠悠下决心开始走微商之路。起初，只是朋友和亲戚之间发图片让她去市场找同款的皮包，销售量比较小，有时候一个星期也没开过张。但是，美悠悠坚持了下来，因为逐渐地喜欢上了这个职业——微商。

每天她都会在朋友圈发一些时尚图文、搭配技巧等前沿资讯，还经常背着当下最流行的包包拍照“秀”出来。渐渐地，主动加为好友的人越来越多，她也结交了很多新朋友。通过微信朋友圈的口碑相传，她的微信好友已由原来了60多个发展到现在的1000多个。现在，每天都会收到从广东发来的货品。

当记者问她做微商遇到哪些挫折时，美悠悠红了眼眶。“我不怕苦，也不怕累，只是怕别人的怀疑和不理解。”她说，广州的皮货质量在业界是有名的，所以价位也相对高些。一次，一个顾客买了一个550元皮包后觉得不是真皮的，不值这么多钱。在她多次解释后仍然不相信。第二天，美悠悠就到皮包的生产工厂进行了实地考察。

“一整张皮革在1200～2000元之间，但只能做30厘米尺寸的皮包2个或3个，再加上五金配件，一个真皮包包大约都需要四五百元。当我将工厂照片和厂家介绍视频传给顾客以后，她才真正相信了我，最终成了我的老顾客。”

“赚多少钱我并不十分在意，我只是喜欢把美的东西分享给朋友们，让我们一起这样美下去。”美悠悠说：“今后，我会把微商当成事业来做，乐在其中。下一步，我会印制店铺独有的包装袋，推荐我设计的产品，分享我认为是最适合的、性价比最高的产品。”